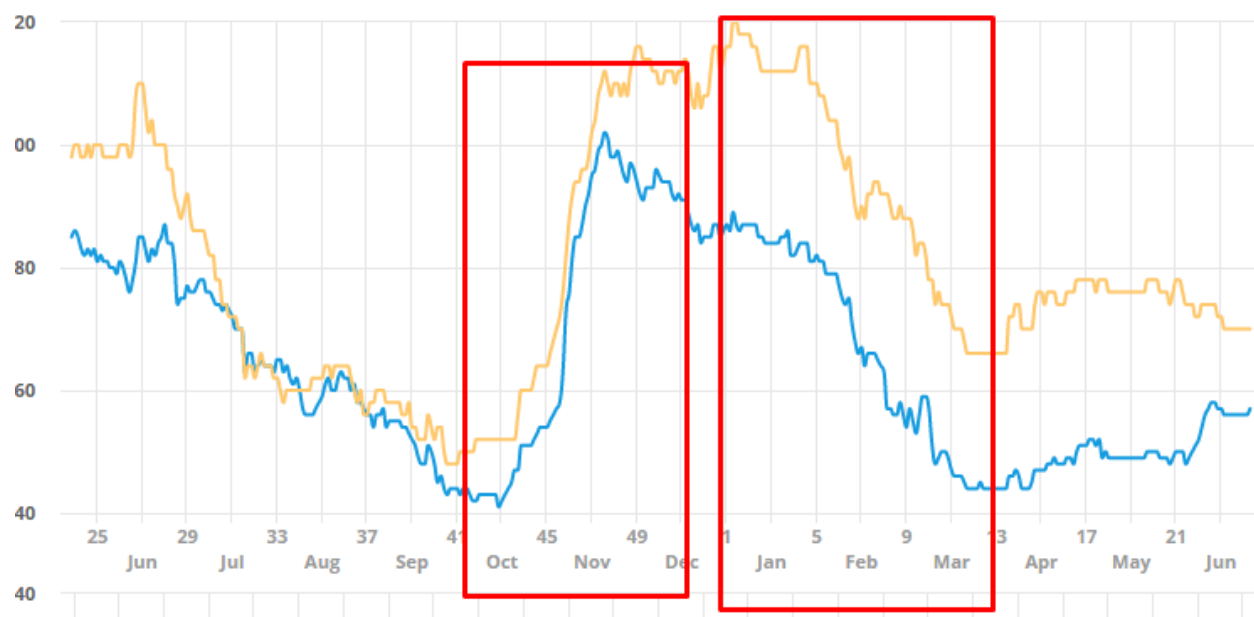


Ссылочная стратегия для сайта <https://site.ua/> на 6 месяцев

Анализ ссылочного профиля

Большое влияние на рост позиций в поиске имеет ссылочный профиль сайта, динамика прироста ссылок которого не должна иметь резких подъемов и падений, анкор-лист не должен состоять из одних коммерческих анкоров, с большим количеством конверсионных, а ссылки не должны быть размещены на нетематических сайтах с низкой посещаемостью.

Динамика прироста ссылок:



* оранжевая кривая показывает динамику ссылающихся доменов

вариант 1. Увеличение ссылочного профиля должно быть более плавным, без резкого прироста. Резкое увеличение ссылающихся доменов дает сигнал поисковой системе о неестественности ссылочного профиля. Таким образом сайт может попасть под фильтр поисковых систем и вообще быть исключенным из индекса. Резкий прирост возможен в информационной тематике, где большое значение имеют тренды.

вариант 2. Резкое падение количества ссылающихся доменов негативно сказывается на позициях ключевых запросов, и такая ситуация сигнализирует поисковым системам о наличии покупных ссылок на сайт. Любые манипуляции с ссылочным профилем должны быть максимально естественными.

Некачественные ссылки:

Наличие таких ссылок в профиле может стать причиной наложения фильтров поисковых систем.

Сравнение ссылочных профилей сайта с конкурентом:

	site.ua	competitor1.ua	competitor2.ua
Кол-во страниц сайта, на которые идут внешние ссылки			
Кол-во ссылающихся доменов ¹			
% ссылающихся доменов на главную страницу ²			
Ahrefs Domain Rank			
% dofollow ³			
% текстовых ссылок ⁴			
Естественные ссылки ⁵			
Арендные ссылки ⁶			

¹ Количество ссылающихся доменов на ваш сайт. Ссылок на сайт может быть много, но большее значение имеет количество уникальных ссылающихся доменов.

² Процент ссылающихся доменов на главную страницу. Естественный ссылочный профиль характеризуется бОльшим количеством ссылающихся доменов на главную страницу в сравнении с вложенными страницами сайта.

³ Количество ссылок, передающих анкорный и статический вес. Ссылочный профиль сайта должен содержать как dofollow-, так и nofollow-ссылки.

⁴ Ссылка в виде текста, а не картинки.

⁵ Ссылка на страницы, содержащие в URL-адресе UTM-метки, гиперссылки внутри страницы и другие параметры. Поисковые системы считают такие ссылки максимально естественными и дают им “особый вес”

⁶ Количество ссылок поставленных с бирж арендных ссылок, таких как Sape

Анализ анкор-листа

	site.ua	competitor1.ua	competitor2.ua
Кол-во страниц сайта, на которые идут внешние ссылки			
Кол-во ссылок, идущих на сайт			
Количество брендовых анкоров ⁷			
Количество коммерческих анкоров ⁸			
Кол-во анкоров в неестественной словоформе ⁹			
Кол-во “Junk” анкоров ¹⁰			

Подробный анализ ссылочной массы конкурентов

С подробным анализом конкурентов Вы можете ознакомиться в документе <https://docs.google.com/spreadsheets/d/17B4wn3SBoe2D6TkiGYVqUpILti7hGMmxju2GTu1VeVc/edit#gid=0>

Типы ссылок, которые были проанализированы:

Crowd-ссылки – ссылки с форумов, сайтов типа “вопрос-ответ”, комментариев и прочее подобного типа.

Ссылки со статей – ссылки, идущие со статей, написанных на других сайтах.

Картинки – ссылки, идущие с картинок на других сайтах.

Редиректы – ссылки с других сайтов, идущие в виде 301 редиректа.

Сквозные ссылки - ссылки с других сайтов, расположенные в футере или сайдбаре этих сайтов и идущие со всех его страниц.

PBN-ссылки - ссылки, идущие с информационных сайтов, созданных самим конкурентом.

⁷ Анкоры, содержащие в себе название бренда или URL-адреса сайта (например **site.ua**, <https://site.ua>, на сайте **site.ua** и т.д.)

⁸ Анкоры, представляющие собой прямое вхождение целевого запроса (например **купить ноутбук, стиральные машины, квартиры во Львове посуточно** и т.п.)

⁹ Анкоры, представляющие собой длинные фразы, которые не используются в органически написанных постах и редко выбираются, как ссылки (например **Купить телефон iPhone X недорого Киев** и т.п.). Большое количество таких анкоров может привести к санкциям со стороны поисковых систем вплоть до наложения фильтров

¹⁰ Анкоры типа **здесь, тут, на сайте** и т.п.)

Анализ потенциалов сайта

На основе предварительного анализ сайта, его позиций в поисковых системах по релевантным запросам, а также статистическим данным этих запросов (частота, конкуренция) были проанализированы потенциалы сайта и приоритетные страницы для продвижения

URL	Коэф. приоритета	Потенциал трафика с кластера
https://links-stream.pro/chto-takoe-nofollow-ssylki-i-kak-ih-ispolzovat/	14830	900
https://links-stream.pro/proverit-obratnye-ssylki-gde-i-kak-jeto-mozhno-sdelat/	17877	415
https://links-stream.pro/gde-i-kak-mozhno-razmeshhat-kraud-ssylki/	23633	315
https://links-stream.pro/kak-pokupat-ssylki-dlja-prodvizhenija-sajta-gde-i-kak-ssylki-pokupat/	2764	248
https://links-stream.pro/kraud-marketing-chto-jeto-takoe-i-kak-on-rabotaet/	10022	231
https://links-stream.pro/chto-takoe-ankor-ssylki-i-kak-pravilno-ih-sdelat/	13694	228
https://links-stream.pro/	1260	194

Ссылочная стратегия на 6 месяцев

Исходя из вышеприведенных анализов, была составлена стратегия развития ссылочного профиля сайта <https://site.ua>, приведенная в данной таблице <https://docs.google.com/spreadsheets/d/17B4wn3SBoe2D6TklGYVqUpILti7hGMmxju2GTu1VeVc/edit#gid=1130173118>